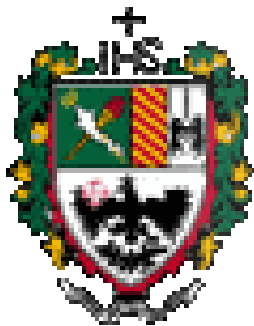


TESIS CONTADOR PÚBLICO NACIONAL



**USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR**

**"REINTEGRO DEL IVA A TURISTAS DEL
EXTRANJERO"**



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

PABLO EDUARDO SELVINO

DNI:27.939.120

TUTOR: DR. JORGE M. ACCORSI

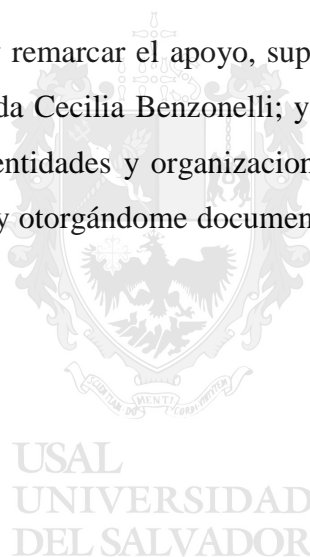
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

JULIO 2003

Agradecimientos

Agradezco la profunda e incondicional ayuda de mis padres, hermanas, novia, amigos y compañeros del trabajo que hicieron posible la realización del presente análisis de investigación.

También es de mi interés agradecer y remarcar el apoyo, supervisión y control de mi tutor, Doctor Jorge Accorsi; de mi prima, Licenciada Cecilia Benzonelli; y de la Doctora Elba Romero así como también de todas aquellas personas, entidades y organizaciones que directamente o indirectamente me apuntalaron dedicándome tiempo y otorgándome documentación e información que luego utilicé para el desarrollo de la presente tarea.



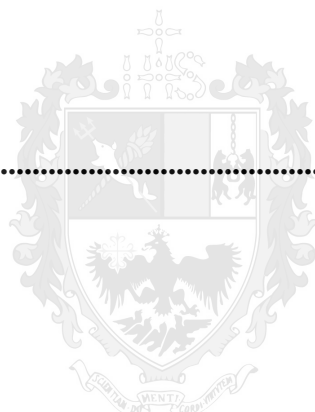
Temario

HIPÓTESIS	7
CAPÍTULO 1	9
1.1 - TURISMO: DEFINICIÓN Y CONCEPTOS.....	10
1.2 - CONCEPTOS ASOCIADOS	12
1.3 - MAGNITUD Y CRECIMIENTO DE LA INDUSTRIA TURÍSTICA	13
1.4 - IMPORTANCIA ECONÓMICA DEL TURISMO A NIVEL MUNDIAL	17
1.5 - EL POTENCIAL DEL TURISMO RECEPTIVO EN ARGENTINA.....	18
CAPÍTULO 2	21
2.1 - IMPORTANCIA DEL TURISMO EN LA ECONOMÍA	22
2.2 - EL IMPACTO ECONÓMICO DEL TURISMO	23
2.3 - VISIÓN ESTRATÉGICA DE LA RELACIÓN DEL TURISMO CON LA ECONOMÍA DE UN PAÍS	24
2.4 - CUENTA SATÉLITE DE TURISMO (CST)	25

2.5 - EFECTOS DEL TURISMO SOBRE LA ECONOMÍA NACIONAL	26
2.5 – A) Aspectos Positivos producidos sobre la Economía Nacional	26
2.5 – B) Los costes económicos del turismo	31
2.6 - EVALUACIÓN DE LOS IMPACTOS MACROECONÓMICOS DEL TURISMO.....	32
2.7 - DISGRESIÓN SOBRE TURISMO Y BALANZA DE PAGOS.....	34
2.8 - LOS SERVICIOS COMO GENERADORES DE EMPLEO.	35
2.9 - TURISMO RECEPTIVO Y HOTELERÍA COMO GENERADORES DE EMPLEO.....	36
2.10 - EL TURISMO RECEPTIVO Y LA HOTELERÍA COMO CAPTADORES DE DIVISAS Y REDISTRIBUIDORES DEL INGRESO NACIONAL	38
CAPÍTULO 3	40
3.1 - RECURSOS PÚBLICOS	41
3.2 - USO EXTRAFISCAL DEL IMPUESTO.....	42
3.3 - TURISMO Y POLÍTICA TRIBUTARIA.....	45
3.4 - LOS SERVICIOS COMO BIENES TRANSABLES.....	47
3.5 - TURISMO RECEPTIVO COMO EXPORTACIÓN NO TRADICIONAL DE LA ARGENTINA	50
3.6 - IMPUESTO AL VALOR AGREGADO (IVA)	51
3.7 - LAS EXPORTACIONES.....	54
3.8 - LAS EXPORTACIONES DE SERVICIOS.....	55

3.9 - LA EXENCIÓN Y EL RECUPERO	55
3.10 - IMPORTANCIA PARA ARGENTINA DE LA EXENCIÓN DEL IVA A LOS TURISTAS EXTRANJEROS.....	56
CAPÍTULO 4	60
4.1 - LEGISLACIÓN ARGENTINA.....	61
Ley N° 23.349: Ley de Impuesto al Valor Agregado (IVA)	61
4.2 - MODIFICACIÓN DEL ARTÍCULO 43 DE LA LEY DE IVA:	63
4.3 - MÉTODO DE APLICACIÓN DEL REINTEGRO DEL IVA	64
4.4 - RETRIBUCIÓN A LA EMPRESA ADJUDICATARIA.....	66
4.5 - COMERCIANTES ADHERIDOS.....	66
4.6 - TURISTA EXTRANJERO.....	68
4.7 - CRÍTICAS A LA METODOLOGÍA DE LA LEGISLACIÓN ARGENTINA.....	70
4.8 - DIFICULTADES DE ORDEN PRÁCTICO PARA LA IMPLEMENTACIÓN	72
CAPÍTULO 5	78
5.1 - CHILE	79
5.2 - EXENCIÓN: SENTIDO Y ALCANCE.....	80
5.3 - EMISIÓN DE FACTURAS DE EXPORTACIÓN.....	81

5.4 - CRÉDITO FISCAL DEL IVA RECUPERABLE	81
5.5 - VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL MODELO Y DIFERENCIAS CON EL SISTEMA ARGENTINO.....	83
5.6 - DESVENTAJAS	84
CAPÍTULO 6	85
6.1 - POSIBLES SOLUCIONES	86
CONCLUSIÓN	93
BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES	97



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

HIPÓTESIS



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Hipótesis

Para realizar esta investigación me basé en la importancia que tiene el turismo en la economía de un país. Es por esto que a tal efecto realizó una crítica constructiva acerca del sistema aplicable en Argentina sobre el Reintegro del IVA al Turista Extranjero, y más específicamente en la última modificación del artículo 43 de la ley.

La hipótesis planteada es la siguiente:

“El sistema en cuestión no funciona correctamente dado que no se encuentra legislado como corresponde. Es por esto, que hay grandes probabilidades de que las dificultades que se producen en la utilización del sistema de reintegro del IVA a los turistas extranjeros, sea una traba más que un beneficio a la hora de analizar si se cumple o no el objetivo por el cual se cambió el artículo 43 de la Ley”.

Para tal hipótesis investigué sobre turismo, economía e impuestos. Así, tuve en cuenta:

- ✓ Distintos libros, informes, artículos acerca de la importancia del turismo en una economía como la nuestra.
- ✓ La legislación vigente y cómo la misma es aplicada.

Como resultado de lo investigado, llegué a la conclusión de que la hipótesis se ve confirmada demostrando que nuestra legislación entorpece el sistema y por ende perjudica el objetivo final del mismo.

CAPÍTULO 1

ASPECTOS GENERALES DE LA SITUACIÓN DEL SECTOR TURÍSTICO



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

CAPITULO 1

1.1 - Turismo: Definición y Conceptos.

El turismo es una actividad cuyo protagonista es el hombre, razón por la cual cada persona tiene su interpretación, la que dependerá de sus vivencias, deseos, gustos, motivos, cultura, idioma, etcétera, y por lo tanto su definición desde el punto de vista general se torna dificultosa y a veces contradictoria.

El conocimiento acerca del turismo es reducido y se necesitan todavía verdaderos principios teóricos que estructuren los elementos y circunstancias que den forma a las distintas proyecciones de esta actividad recreativa y cultural.

La palabra turismo, etimológicamente considerada se deriva de la palabra latina “*tornus*” que quiere decir vuelta o movimiento. Es por eso, que hoy cuando se ofrece un viaje turístico, o sea un movimiento de personas que se trasladan o viajan por placer, se las invita a participar de un “*tour*” a determinado destino.

El estudio económico del turismo comienza poco antes de la Primera Guerra Mundial, cuando los economistas se dieron cuenta de que este fenómeno tenía importantes repercusiones en la balanza de pago de ciertos países. Ya en 1911, Schullern zu Schattenhofen definía al turismo refiriéndose al concepto que comprende todos los procesos, especialmente económicos, que se manifiestan en la afluencia, permanencia y regreso del turista, dentro y fuera de un determinado municipio, país o estado. Desde entonces se han hecho muchos intentos por llegar a establecer una definición de carácter económico relacionada con el turismo, que pudiera ser universalmente aceptada, sin que hasta el momento se haya tenido éxito al respecto. No obstante, debe mencionarse que al reconocer esta dificultad, la Secretaría de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo, expresó textualmente que “... *no puede elaborarse un concepto formal del sector turístico, pero sí*

puede concebirse éste, en líneas generales, como el conjunto de las actividades industriales y comerciales que producen bienes y servicios consumidos total o parcialmente por visitantes extranjeros o por turistas nacionales...” .

Conforme las definiciones que, alrededor del año 1942, dieron los profesores de la Universidad de Berna, Hunziker y Krapf, el turismo podía ser considerado como la suma de fenómenos y de relaciones que surgen de los viajes y de las estancias de los no residentes, en tanto y en cuanto no están ligados a una residencia permanente ni a una actividad remunerada.

Posteriormente, otros autores, como por ejemplo Burkart y Medlik, se expresaron al respecto refiriéndose al turismo como el conjunto de los desplazamientos cortos y temporales de la gente a destinos fuera del lugar de residencia y de trabajo, y las actividades emprendidas durante la estancia en esos destinos.

Ya en el año 1982, Mathieson y Wall hablaban del turismo como el movimiento temporal de la gente, por períodos inferiores a un año, a destinos fuera del lugar de residencia y de trabajo, las actividades emprendidas durante la estancia y las facilidades creadas para satisfacer las necesidades de los turistas.

La definición de turista de la Organización Mundial del Turismo (OMT) ayuda a comprender las variadas formas de definir turismo. Según la OMT un turista (visitante que pernocta) es cualquier persona que viaje a otro lugar en el mismo país o al extranjero, por un período mayor a 24 horas y menor a los 12 meses, siendo el principal propósito de la visita otro que el ejercicio de la actividad remunerada. Si su viaje es menor a las 24 horas, se lo considera un excursionista. Si el viaje se realiza en el mismo país de residencia, es turismo nacional o doméstico, si el viaje es a un país extranjero, es turismo internacional.

Se debe tener en cuenta que se distinguen dos motivos de viaje: de negocios y personales. Los viajeros por motivo de negocios son los que viajan al exterior para realizar toda clase de actividades de negocios: los funcionarios gubernamentales en viaje oficial, los funcionarios de organismos internacionales en misión oficial y las personas que trabajen para empresas que no son residentes de la economía donde se realiza el trabajo. La cuenta viajes comprende sus compras personales de bienes y servicios, pero no las ventas o compras que puedan concertar en nombre de la empresa que representan. Todas estas modalidades de turistas deben tenerse en cuenta en la planificación del

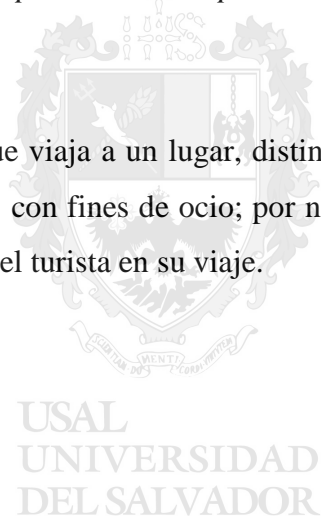
desarrollo turístico. De hecho, en muchos países se fomenta el desarrollo del turismo de congresos y reuniones con el fin de atraer un mayor número de turistas. El turismo de negocios requiere en muchos casos las mismas instalaciones y servicios que el turismo de vacaciones. Ya que muchos viajeros de negocios pasan parte de su tiempo como turistas de vacaciones, realizan giras locales y visitan las atracciones que existen en la zona, y por lo tanto gastan su dinero.

Los viajeros que se trasladan al exterior por otros motivos que no son negocios se consideran como viajeros por motivos personales.

En 1994 la OMT recoge todos los puntos positivos de las expuestas anteriormente y, a su vez, formaliza todos los aspectos de la actividad turística y así adopta la siguiente definición: *“El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros”*.

En síntesis, turista es toda persona que viaja a un lugar, distinto al de su residencia, por un período mayor de 24 horas y menor a un año, con fines de ocio; por negocios y otros motivos. Turismo son todas aquellas actividades que realiza el turista en su viaje.

1.2 - Conceptos Asociados



Luego de citar la definición de turismo, es importante establecer algunas diferencias con otros conceptos. El turismo interno es el que realizan los residentes del país que viajan dentro del territorio de su país. Por otro lado hay que distinguir entre turismo receptivo y emisor, aquél es el que realizan los no residentes que viajan al territorio del país considerado y éste es el que realizan los residentes de un país que viajan a otro país; y entre internacional y nacional siendo el primero el que incluye tanto al emisor como al receptivo y el segundo al interno.

Además también es imprescindible citar la diferencia entre viajero, visitante, turista y visitante de día. Los viajeros son las personas que viajan entre dos o más países o entre dos o más localidades de su país de residencia habitual. Los visitantes son los tipos de viajeros relacionados con el turismo. Son todas aquellas personas que se desplazan a un lugar distinto al de su entorno habitual, por una

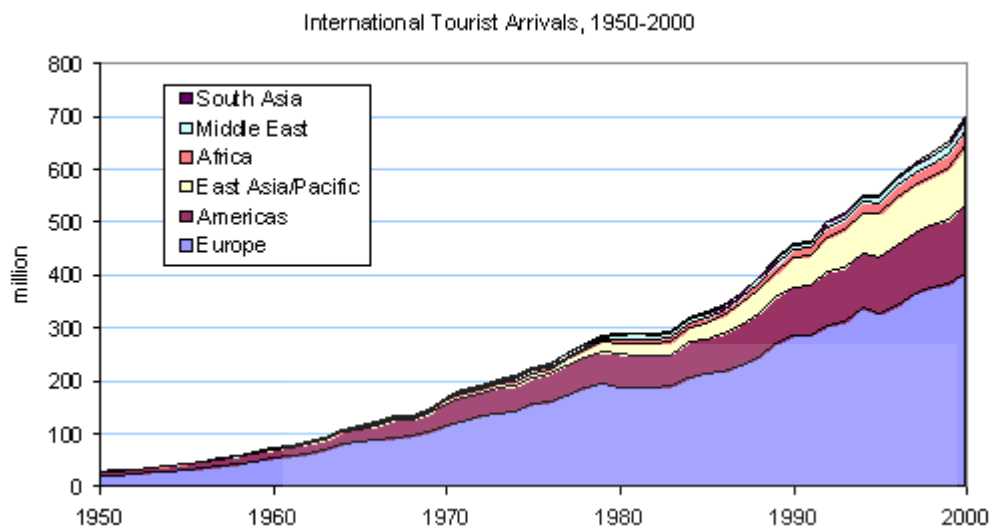
duración inferior a 12 meses y cuya finalidad principal del viaje no es la de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado. El turista es un visitante que permanece al menos una noche en un medio de alojamiento colectivo o privado en el lugar visitado. Y el visitante de día, o excursionista, es el que no pernocta en un medio de alojamiento colectivo o privado en el lugar visitado. Su estadía es menor de 24 horas.

Así, y luego de que se dé alguna de las situaciones explicadas previamente, se puede decir que existe un sistema turístico. Este es un resultado complejo de interrelaciones entre diferentes factores que hay que considerar conjuntamente desde una óptica sistemática, es decir, un conjunto de elementos interrelacionados entre sí que evolucionan dinámicamente. La OMT distingue 4 elementos básicos: Oferta, Demanda, Espacio Geográfico y los Operadores del Mercado.

1.3 - Magnitud y crecimiento de la Industria Turística

Desde los orígenes del hombre, éste se ha visto impulsado a trasladarse a diferentes emplazamientos por distintas razones: caza, religión, comercio, guerras, ocio, etc. Sin embargo no ha sido hasta la segunda mitad del siglo XX cuando el turismo surge como un fenómeno de masas.

En los años cincuenta, el viaje internacional se fue haciendo cada vez más accesible a un porcentaje mayor de la población debido a diferentes factores, como por ejemplo, la aparición del avión de pasajeros a reacción al término de la Segunda Guerra Mundial, el bajo precio del petróleo, la mayor renta disponible de las familias, la aparición de vacaciones pagadas y el aumento del tiempo libre del que dispone la población en los países industrializados. El desarrollo de las comunicaciones y de los medios de transporte fue otro factor determinante. Conjuntamente, otro factor que contribuyó al aumento del turismo internacional fue el progresivo crecimiento de las relaciones comerciales entre los distintos mercados mundiales que trajo consigo el correspondiente incremento de los desplazamientos, no ya por motivos de ocio, sino por razones de negocios o estudios profesionales. Todo ello favoreció el desarrollo de una oferta estandarizada, basada en paquetes turísticos que permiten gestionar la demanda de un elevado número de turistas conforme a sus intereses y necesidades. En el siguiente cuadro, se aprecia esta clara tendencia:



Igualmente el turismo nacional se vio favorecido en su desarrollo por factores similares, como la creciente utilización del automóvil y demás medios de transporte, que mejoraron las posibilidades de movilidad personal y colectiva dentro del propio país. Por otra parte, las continuas mejoras que se estaban produciendo en el nivel de vida de los ciudadanos de los países más desarrollados permitieron dedicar un mayor tiempo libre a nuevas formas de ocio, así como también invertir en las infraestructuras básicas de las ciudades con el objeto de mejorar los desplazamientos y el acceso a una mayor información.

En el cuadro 1 y en el gráfico A del anexo I, se demuestra cómo internacionalmente, ha registrado un crecimiento casi ininterrumpido a lo largo del tiempo, aumentando en períodos de auge económico, moderando su crecimiento en períodos de recesión y recuperando rápidamente su elevado ritmo de crecimiento tras un período de crisis económica. Por consiguiente, la actividad turística está claramente influenciada por el crecimiento económico, distinguiéndose distintas etapas en su evolución:

1. Desde los años cincuenta hasta la década de los ochenta, el número de viajes internacionales se duplicó cada diez años aproximadamente.
2. En la década de los ochenta, el mercado del sector turístico alcanzó un mayor grado de madurez, caracterizándose por un crecimiento más lento de la demanda y por un exceso de la oferta. Así, el aumento medio de las llegadas de turistas internacionales a los destinos concretos creció a un ritmo más lento, en torno al 4,5% anual.

3. En el comienzo de la década de los años noventa el turismo internacional no ha mostrado una tendencia clara en su crecimiento, aunque se ha caracterizado por presentar un elevado grado de resistencia a las fluctuaciones económicas. No obstante, se registraron algunas disminuciones en las tasas de crecimiento del turismo internacional en los años 1991 y 1993, debido a la influencia de la fuerte recesión económica de los países industrializados a raíz de la Guerra del Golfo. Luego, a comienzos de siglo, el turismo sufrió una fuerte baja debido a las serias consecuencias generadas en la población mundial por el atentado a las Torres Gemelas en Nueva York. Igualmente, a pesar de esto, se siguen desarrollando nuevos productos y la actividad turística se está extendiendo a nuevas regiones donde comienza a consolidarse.

Como se puso de manifiesto en la última conferencia de la OMT sobre “Evaluación de la incidencia económica del turismo”, celebrada en Niza en Junio de 1999, los viajes y el turismo son el mayor sector económico del mundo. Este sector sigue mostrando un crecimiento anual continuo, con un aumento de las llegadas en todo el mundo de un 4,3% al año entre 1989 y 1998. En 1998, 625 millones de turistas gastaron 445.000 millones de dólares (excluyendo el transporte internacional). El siguiente gráfico muestra las cifras representativas evidenciando este crecimiento:

